



FACULDADE DE TECNOLOGIA E CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS - FATECS

CURSO: ADMINISTRAÇÃO

ÁREA: ADMINISTRAÇÃO

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

LILIANE VIEIRA RODRIGUES

RA: 2065039/0

PROFESSOR ORIENTADOR:

GABRIEL A. L. A. CASTELO BRANCO, M.Sc.

Brasília/DF, novembro de 2009.

LILIANE VIEIRA RODRIGUES

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Monografia apresentada como um dos requisitos parciais para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Professor Orientador: Gabriel A. L. A.
Castelo Branco, M.Sc.

Brasília/DF, novembro de 2009.

LILIANE VIEIRA RODRIGUES

RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA

Monografia apresentada como um dos requisitos parciais para conclusão do curso de Administração do UniCEUB – Centro Universitário de Brasília.

Professor Orientador: Gabriel A. L. A. Castelo Branco, M.Sc.

Brasília/DF, 03 de dezembro de 2009.

Banca examinadora:

Professor (a): Gabriel A. L. A. Castelo Branco, M.Sc.
Orientador

Professor (a): Homero Reis
Examinador (a)

Professor (a): Gilberto Gomes Guedes
Examinador (a)

Dedico este trabalho a todas as pessoas
que me apoiaram dando força para seguir
firme nesta trajetória acadêmica.

AGRADECIMENTO

Agradeço,

A Deus, por me dar sabedoria, saúde e disposição para continuar nesta caminhada acadêmica.

Aos familiares, principalmente minha mãe e meu pai, que me apoiaram dando força para continuar seguindo sempre firme.

Ao orientador, Gabriel Castelo Branco, que cumpriu sua tarefa de orientador com dedicação promovendo o gosto pela pesquisa.

A todas as pessoas, inclusive meus amigos, que contribuíram para meu crescimento pessoal, profissional e acadêmico.

“Investindo nas pessoas, a empresa
transforma-as em seu principal ativo”.

Francisco Neto.

RESUMO

O capital social de uma empresa é um dos quesitos mais importante, por isso as organizações que são socialmente responsáveis procuram valorizar seus funcionários investindo em aperfeiçoamento profissional, melhoria do ambiente de trabalho, valorização da equipe, dentre outros, adotando práticas de responsabilidade social interna visando aumentar seu diferencial competitivo frente aos concorrentes. Por meio da pesquisa bibliográfica e da pesquisa exploratória sobre a Cooperativa SICOOB Judiciário, foi possível responder ao problema proposto na pesquisa: Como os colaboradores e gestores avaliam as práticas de responsabilidade social corporativa interna na sede do SICOOB Judiciário? Como a pesquisa tem caráter exploratório, através da literatura obteve as definições de Responsabilidade Social (RS), Responsabilidade Social Corporativa Interna (RSCI) e foi possível verificar quais eram as vantagens para as organizações que adotam essas práticas. A partir dos métodos de pesquisa, entrevista e questionário, foi possível apresentar os resultados obtidos sobre a percepção do gerente e dos colaboradores da Cooperativa a respeito das práticas adotadas pela própria organização. Com isso, foi possível responder ao objetivo geral. Toda essa situação proporcionou fazer uma análise crítica sobre as práticas de RSCI adotada pela empresa que gera diferencial competitivo, pois nos dias de hoje, se faz necessário uma valorização advinda das organizações com seus funcionários que promova um ambiente satisfatório e favorável à criação de novos valores e novos conhecimentos.

Palavra chave: Responsabilidade social, Valorização, Satisfação.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO.....	8
2. REFERENCIAL TEÓRICO	10
2.1. HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL (RS)	10
2.2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)	12
2.3. ESCOLHENDO A ÁREA DE ATUAÇÃO	13
2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA INTERNA (RSCI).....	17
2.5. MODELO DE RSCI APLICADO PELA ORGANIZAÇÃO	20
3. MÉTODO	22
3.1. INSTRUMENTOS	22
4. RSCI: UMA PERCEPÇÃO DO GESTOR E DOS COLABORADORES DA EMPRESA.....	24
4.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA.....	24
4.2. ENTREVISTA	25
4.3. QUESTIONÁRIOS.....	26
5. ANÁLISE E DISCUSSÃO	33
6. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	36
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO.....	40
APÊNDICE B – ENTREVISTA.....	41

1. INTRODUÇÃO

Nos últimos anos, as organizações passaram a se preocupar mais com o social na tentativa de valorização do ser humano do que com a maximização dos seus lucros.

No Brasil, por volta do ano de 1961, a população passou a exigir das organizações ações de responsabilidade social voltadas para seus *stakeholders* (público interno e externo) na tentativa de minimizar os problemas sociais existentes. Entretanto, essas ações deveriam estar interligadas aos objetivos estratégicos da organização para obter resultados favoráveis e não tornar-se um custo desnecessário.

As ações de responsabilidade social corporativa interna (RSCI), ou seja, aquelas voltadas para o público interno da organização serão o principal foco desta pesquisa. O pesquisador buscará o aprofundamento deste tema, mostrando que a inserção dos colaboradores num modelo de gestão participativa, valorizando-os, favorece a melhoria produtiva, melhoria do clima organizacional, desenvolvimento pessoal, dentre outros que serão identificados nessa pesquisa.

Ela tem como objetivo geral: Analisar a percepção dos colaboradores e direção, e avaliar as vantagens da RSCI para a sede do SICOOB Judiciário.

Para tanto, o trabalho tentará responder ao seguinte problema: Como os colaboradores e gestores avaliam as práticas de RSCI na sede da Cooperativa SICOOB Judiciário?

Quanto aos objetivos específicos, este estudo tratará de discutir os conceitos da Responsabilidade Social (RS), com ênfase no aspecto interno; Descrever o modelo de RSCI da empresa estudada; Comparar a visão dos colaboradores e direção em relação às práticas de RSCI da empresa; Discutir as vantagens das práticas internas do ponto de vista dos gestores, colaboradores e teoria.

A justificativa acadêmica refere-se à criação de novos conhecimentos à cerca da RS, como ela influencia seus colaboradores e quais as vantagens para as empresas que são socialmente responsáveis.

Socialmente, a pesquisa trará benefícios tais como: melhoria do clima organizacional e desenvolvimento pessoal e profissional, por se tratar de ações que visam à melhoria de qualidade de vida da sociedade.

No quesito aplicado, os resultados obtidos na pesquisa servirão como base para que outras organizações passem a utilizar a RSC como vantagem competitiva e para as organizações que já a adotam utilizar o *benchmark* (processo que avalia os produtos, serviços e processos de trabalho da organização) melhorando as práticas sociais já existentes com seus colaboradores internos.

O método de pesquisa utilizado será a pesquisa exploratória. (GIL, 2002) é quando não existe nenhum estudo realizado na organização e proporciona maior familiaridade com o problema.

Quanto aos objetivos utilizou-se do método qualitativo, que para Silva e Menezes (2000) é quando existe foco na análise de documentos, textos e abordagens que não utilizam números e as respostas são de caráter subjetivo. E, também, o método quantitativo, que para Gil (2002) compreende um conjunto de questões para serem respondidas pelo próprio pesquisado.

Para obter os conhecimentos científicos que permitirão descrever as definições dos temas RS, RSCI e as vantagens para as organizações que a adotam foi necessário uma pesquisa bibliográfica, que para Gil (2002) é desenvolvida a partir de material já elaborado constituído de livros e artigos científicos.

Este presente estudo está estrutura em cinco partes: A primeira é composta pela introdução com uma breve explicação do tema exposto. A segunda trará o referencial teórico. A terceira, será composta pela metodologia de pesquisa utilizada. Na sequência, a análise e discussão de todos os dados obtidos na pesquisa. E, por fim, as considerações finais.

2. REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico tem como objetivo apresentar o histórico da Responsabilidade Social (RS), os conceitos de diferentes autores sobre o tema Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e Responsabilidade Social Corporativa Interna (RSCI) e por fim, descrever o modelo de RSCI adotado pela organização em estudo.

2.1. HISTÓRICO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL (RS)

A RS foi utilizada por Henry Ford, em 1916, quando ele propôs contribuir com a sociedade investindo parte dos dividendos destinados aos acionistas em aumento dos salários, capacitação dos funcionários da produção e fundo de reserva. Já, o termo RSC foi utilizado nos EUA a partir dos anos 60. Foi nessa época que a sociedade passou a exigir maior responsabilidade das empresas exigindo a prestação de contas de suas ações sociais, o que denominados até hoje de balanço social (publicação dos resultados anuais da empresa). Posteriormente, no final da década de 70, a Europa adotou o termo RSC. Ashley et al (2002) afirma que “ao longo dos ciclos históricos, tivemos a empresa orientada sucessivamente para o produto, para o mercado e para o cliente. Agora assistimos a empresa orientada para o social”. Araújo (2006) afirma, também, que essa perspectiva de ações sociais passa a compor o novo quadro de objetivos das organizações.

No Brasil, observando a carência que a sociedade tinha de ações que visavam à melhoria da sua qualidade de vida, as empresas passaram a adotar práticas de RS. A primeira instituição a adotar ações de RS foi a ADCE - Associação dos Dirigentes Cristãos da Empresa - em meados de 1961 e que visava “unir os dirigentes cristãos na sua responsabilidade econômica e social frente à realidade, fomentando a humanização das relações nas empresas, comunidades e famílias (...)”.

A partir daí, várias organizações sem fins lucrativos adotaram essa política de responsabilidade social. Em 1982, AMCHAM - Câmara Americana de Comércio - lançou o Prêmio-ECO propondo uma reflexão sobre o desempenho empresarial no

Brasil. Ela foi responsável pela inscrição de 2.118 projetos empresariais, nomeando 174 condecorações, dados do Prêmio ECO (2008).

Com uma proposta semelhante, o GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas - surge em 1995 com a proposta de reunir empresas, fundações e institutos que investem em ações sociais por meio de projetos sociais, culturais e ambientais. O autor propõe “(...) contribui para que seus associados desenvolvam com eficácia e excelência seus projetos e atividades, subsidiando-os com informações qualificadas, oferecendo capacitação por meio de oficinas, cursos (...)” (GIFE, 2009).

A FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social - surgiu em 1986, e também é uma organização sem fins lucrativos que visa a humanização das empresas em prol da sociedade baseando-se nos princípios de ética na relação da empresa com seu público interno e externo, dados da FIDES (2009).

Podemos citar também os projetos da ETHOS - Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social - que possui como missão “mobilizar, sensibilizar e ajudar as empresas a gerir seus negócios de forma socialmente responsável, tornando-as parceiras na construção de uma sociedade justa e sustentável”. Foi criado em 1988 com uma proposta de ajudar as empresas a avaliar sua gestão valorizando as ações de responsabilidade social e desenvolvimento sustentável. Hoje tem 1367 associados que juntos apresentam um faturamento de aproximadamente 35% do PIB brasileiro, empregando em média dois milhões de pessoas, dados da Ethos (2009). Por fim, a SA 8000 possui como objetivo e escopo:

Esta norma especifica requisitos de responsabilidade social para possibilitar a uma empresa: a) desenvolver, manter e executar políticas e procedimentos com o objetivo de gerenciar aqueles temas os quais ela possa controlar ou influenciar; b) demonstrar para as partes interessadas que as políticas, procedimentos e práticas estão em conformidade com os requisitos desta norma (SA 8000, 2009).

Como foi descrito acima, pode-se verificar um contexto de grandes iniciativas por parte de empresas do Brasil, quase sempre não governamentais, em desenvolver projetos sociais. A população no Brasil, principalmente em regiões como o Nordeste carece de serviços básicos, como saneamento, alimentação de qualidade, serviços médicos, dentre outros. Analisando esse quadro, muitas empresas se sensibilizam e passam a adotar práticas que visam a melhoria da

qualidade de vida dessas pessoas promovendo ações de RS procurando, assim, diminuir e, se possível, erradicar os problemas sociais existentes.

2.2. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC)

Diferentes autores conceituam a responsabilidade social. Alguns adotam o termo responsabilidade social corporativa (RSC), outros somente o termo responsabilidade social (RS). Será exposto o conceito de alguns autores para facilitar o entendimento do assunto proposto.

Para Melo Neto & Fróes (2001) “a responsabilidade social corporativa é uma conduta que vai da ética nos negócios às ações desenvolvidas na comunidade, passando pelo tratamento dos funcionários e relações com acionistas, fornecedores e clientes”. Ele afirma que a RSC são ações que favorecem todos os seus *stakeholders*, ou seja, todas as pessoas envolvidas com a organização.

Ashley et al (2002) afirma que a responsabilidade social (RS) é o compromisso que a empresa tem perante a sociedade, e o faz através de ações que a afetem positivamente.

Araújo 2006 (apud Souza, 2001) conceitua responsabilidade social como "o desenvolvimento de atividades para o atendimento de demandas da comunidade, e que não sejam obrigatórias por lei".

Duarte (1986) esclarece que responsabilidade remete a idéia de prestação de contas de alguém diante de outra ou simplesmente, ou seja, uma ação caridosa.

Thiry-Cherques (2003) “a responsabilidade social compreende o dever de pessoas, grupos e instituições em relação à sociedade como um todo, ou seja, em relação a todas as pessoas, grupos e instituições”.

A empresa socialmente responsável é aquela que possui a capacidade de ouvir os interesses das diferentes partes (acionistas, funcionários, prestadores de serviços, fornecedores, consumidores, comunidade, Governo e meio ambiente) e consegue incorporá-los no planejamento de suas atividades, buscando atender às demandas de todos, e não apenas dos acionistas ou proprietários (ETHOS, 2009).

Araújo 2006 (apud Lima, 2002) “a Responsabilidade social pode ser definida como o dever da empresa de ajudar a sociedade a atingir seus objetivos. É uma maneira de mostrar que ela (...) existe também para contribuir com o desenvolvimento social”.

Reis 2007 (apud Tomei, 1984) afirma que a responsabilidade social das empresas "(...) parte da premissa de que as organizações têm responsabilidade direta e condições de abordar os muitos problemas que afetam a sociedade (...)".

Existem diferentes conceitos a cerca RS ou RSC. Entretanto, todos os autores remetem a um mesmo propósito, a contribuição com seu público interno e externo por meio de ações sociais. As empresas deixaram de lado a preocupação única com a maximização dos lucros e começaram a dar atenção especial a todos os seus *stakeholders*, ou seja, todos os seus clientes, fornecedores, funcionários, enfim, as pessoas envolvidas no negócio da empresa. A atuação de várias empresas, principalmente as ONG's, que tem como propósito ajudar as organizações a praticarem ações sociais, favoreceu a adesão e comprometimento de muitas organizações na busca por práticas sociais que favoreçam a sociedade.

Haja vista ao exposto acima, as organizações passaram a adotar práticas de RS favorecendo a sociedade. Entretanto, estas práticas devem estar entrelaçadas aos interesses da organização, ou seja, aos objetivos estratégicos e não serem adotadas de maneira aleatória obtendo assim sucesso e retorno positivo para a organização. O tópico seguinte abordará esse tema para facilitar seu entendimento.

2.3. ESCOLHENDO A ÁREA DE ATUAÇÃO

Melo Neto & Fróes (2001) esclarece que a organização deve identificar as práticas de RS que melhor se adaptam aos objetivos estratégicos da organização:

A organização passará a assumir atitudes transparentes e responsáveis com seu público externo se pretender ter um comportamento empresarial ético e responsável. Ela terá uma postura estratégica empresarial se valorizar os negócios, ou seja, possuir retorno positivo no faturamento.

Como estratégia de relacionamento, a organização utilizará a responsabilidade social, melhorando o relacionamento com o público interno e externo. Se pretender melhorar seu *marketing* institucional, a empresa utilizará ações que visam a melhoria da sua imagem institucional perante a sociedade.

As ações são destinadas a seus funcionários e dependentes são estratégia de recursos humanos (RH), promovendo a satisfação e retenção dos mesmos. Se pretender ter estratégia de valorização dos produtos/serviços, ela adotará ações de

RS para mostrar que seus produtos e serviços são socialmente corretos, Melo Neto & Fróes (2001).

Preocupando-se com o desenvolvimento da comunidade, a organização fará ações em prol da sociedade melhorando seu desenvolvimento. Se ela for promotora da cidadania individual e coletiva, terá ações voltadas para seu público interno, tornando seus funcionários cidadãos que contribuem positivamente em sua comunidade.

Se a organização for ecologicamente correta, investirá em programas de preservação e educação ambiental. A organização promoverá ações que visam a capacitação profissional através de cursos e palestras para todos os seus funcionários e membros da comunidade, Melo Neto & Fróes (2001).

Resumindo os tópicos apresentados acima, as organizações possuem estratégias diversas e as práticas de RS devem estar ligadas a elas. Ex.: Se uma organização quer melhorar seu ambiente interno promoverá ações de RS que valorizem seus funcionários e familiares, se quer melhorar sua imagem na sociedade promoverá ações em prol da comunidade em que estiver inserida.

Reis (2007) afirma que “um dos grandes desafios das empresas na área social é justamente incorporar a responsabilidade para além do discurso e inseri-la no planejamento e no orçamento das ações da empresa”. A empresa deve analisar quais ações irá adotar e a que objetivo ou estratégia estará interligado. Se for tomada de maneira aleatória contribuirá para compensar e não erradicar os problemas sociais. Tais ações devem ser planejadas e constantemente avaliadas para não ser mais um custo inútil.

Ashley et. al (2002) afirma que a responsabilidade social está associada ao perfil cultural das pessoas que exercem poder sobre a sua direção. A figura 1 expõe os públicos que exercem influencia na organização. Podemos analisar esses públicos da seguinte maneira:

Acionistas: Os acionistas só querem a maximização dos lucros, ou seja, as ações de RS só são realizadas se for aumentar o lucro da organização. Eles veem a RS como dever do Estado e não da sua empresa.

Estado ou Governo: As ações desenvolvidas são definidas e regulamentadas em leis. Só é feito o que a lei obriga.

Figura 1 - Públicos que exercem influencia na organização

Orientação	Objetivo	Visão
Acionistas	Maximização do lucro	Econômica
Estado/governo	Cumprimento das obrigações legais	Jurídica
Empregados	Reter e atrair funcionários qualificados	Da área de Recursos Humanos
Comunidade	Relacionamento socialmente responsável com a comunidade na qual se insere	Assistencialista
Fornecedores e compradores	Relações comerciais éticas	Cadeia de produção e consumo
Publicação de relatórios e promoção da marca	Balanço social	<i>Marketing</i> social
Ambiente natural	Desenvolvimento sustentável	Ambiental

Fonte: Ashley et al (2002, p. 37)

Empregados: As ações são a favor da valorização dos seus funcionários procurando retê-los e qualificá-los. A SA 8000 serve de parâmetro para possíveis auditorias e certificações.

Comunidade: É de caráter voluntário por parte da empresa e visa à promoção de ações para a melhoria de vida da sociedade. Geralmente, está associada ao objetivo de melhoria da imagem da organização, agregação de valor, com todos os seus *stakeholders*.

Fornecedores e compradores: As ações visam melhorar o relacionamento, tanto dos fornecedores através da seleção, capacitação e retenção de empresas que adotam práticas sociais, quanto dos compradores promovendo sua educação através de ações voltadas para a sociedade.

Publicação de relatórios e promoção da marca: O balanço social, baseado no modelo do IBASE - Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas deve ser divulgado para toda a comunidade.

Ambiente natural: A empresa promove ações que tem como objetivo o desenvolvimento sustentável, ou seja, procura melhorar a relação da sociedade com o meio ambiente.

De acordo como o exposto acima, as organizações devem adotar ações de responsabilidade voltada para algum público específico que esteja de acordo com seus objetivos estratégicos. Ex.: As ações de RS podem ser voltadas para seu público interno compreendendo seus funcionários ou para seus fornecedores e compradores. Cada público escolhido demandará ações específicas. Ashley et al (2002) ilustra de que maneira estratégica a empresa adota à RS.

Diante dos seus *stakeholders*, quais os valores e princípios que a organização adotará?

Acionistas e investidores;
Agentes financeiros;
As pessoas físicas ou jurídicas contratadas;
Concorrentes;
Parceiros privados, estatais e não-governamentais;
Compradores e consumidores;
Fornecedores;
Localidade (regional, nacional e mundial);
Comunidade;
Governo;
Futuros stakeholders.

Em relação aos aspectos econômicos, sociais e ambientais, como a organização constata os impactos de suas ações. Ela está no nível mínimo, aqueles que cumprem a lei ou no nível de obrigações, aqueles que fazem além da lei?

Como a empresa avalia seu desempenho em relação às ações desenvolvidas, seja no aspecto econômico-financeiro, desempenho da produção, satisfação dos funcionários ou em relação a sustentabilidade.

Os autores citados no tópico acima expõem maneiras de adequar as ações de RS com os objetivos estratégicos da empresa. Para cada público escolhido existe um tipo de ação que trará retorno para a organização. Será necessário estabelecer quais *stakeholders* as ações atenderão, pois a empresa não conseguirá acolher a todos de uma única vez.

Para efeito desta pesquisa, a responsabilidade social terá seu foco voltado para o público interno, compreendendo todos os seus colaboradores.

2.4. RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA INTERNA (RSCI)

Melo Nelo & Fróes (2001) expõe que as ações de RS exigem da organização uma gestão efetiva do capital intelectual de seus funcionários investindo em um ambiente satisfatório que promova a qualidade no trabalho. A figura 2 expõe algumas características de empresas socialmente responsáveis. Para seus funcionários, a empresa será socialmente responsável se ela apresentar um ambiente saudável, se ela for flexível com os horários, se for saudável incentivando seus funcionários com demonstrado na figura abaixo.

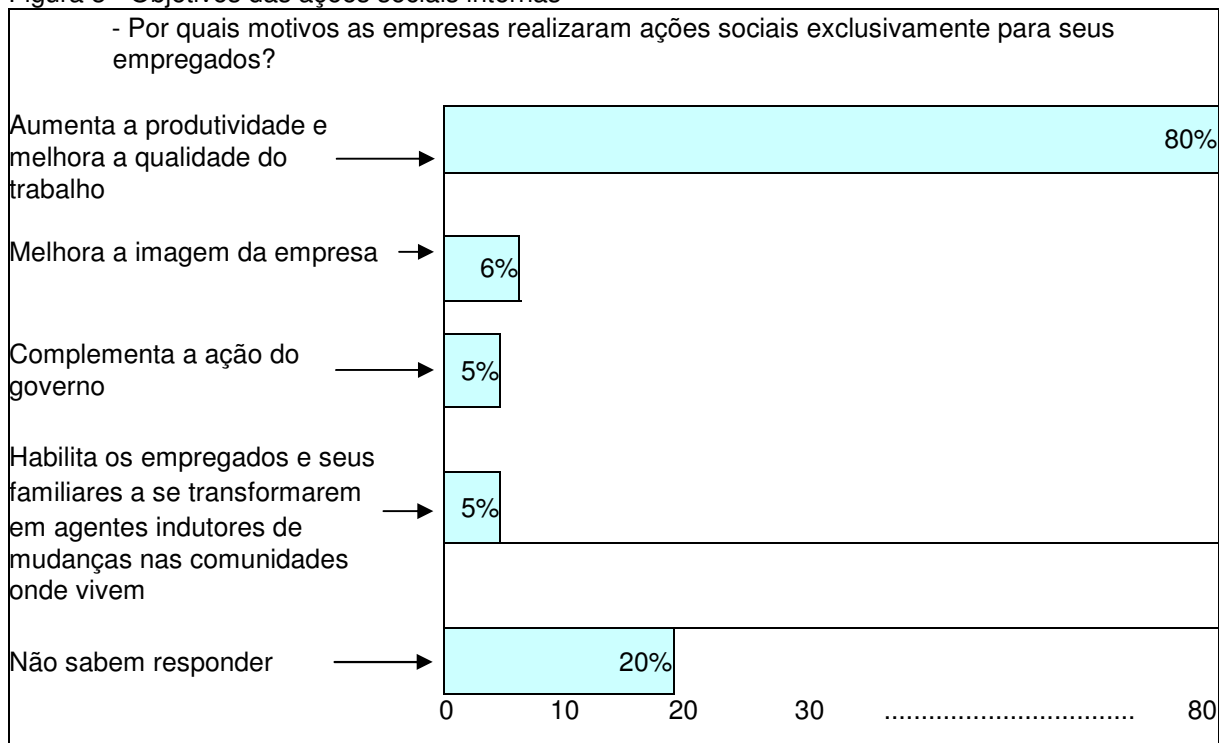
Figura 2 – Os mandamentos da ética

Sua empresa é socialmente responsável se ela é...	
1. Ecológica Usa papel reciclado em produtos e embalagens.	5. Saudável Dá incentivos financeiros para funcionários que alcançam metas de saúde como redução de peso e colesterol baixo.
2. Filantrópica Permite que os funcionários reservem parte do horário de serviço para a prestação de trabalho voluntário.	6. Educativa Permite que grupos de estudantes desistem as suas dependências.
3. Flexível Deixa que os funcionários ajustem sua jornada de trabalho às necessidades pessoais.	7. Comunitária Cede as suas instalações esportivas para campeonatos de escolas das redondezas.
4. Interessada Faz pesquisa entre os funcionários para conhecer seus problemas e tentar ajudá-los.	8. Íntegra Não lança mão de propaganda enganosa vendas casadas e outras práticas de <i>marketing</i>

Fonte: Melo Neto & Fróes (2001, p. 34)

O autor também esclarece que as constantes pesquisas com os funcionários são necessárias para saber o nível de satisfação em relação às práticas de RSCI adotadas. Entretanto, não basta somente fazer pesquisas é necessário adotar práticas para melhorar as ações obtidas como ruins. Essas ações promovem uma melhoria no ambiente de trabalho, na saúde física e mental dos colaboradores, dentre outros. A figura 3 e 4 expõe os resultados de uma pesquisa do IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - sobre ação social das empresas na Região Sudeste onde se pode observar algumas práticas voltadas para seus colaboradores realizadas por empresas socialmente responsáveis desta região (MELO NETO & FRÓES, 2001).

Figura 3 - Objetivos das ações sociais internas

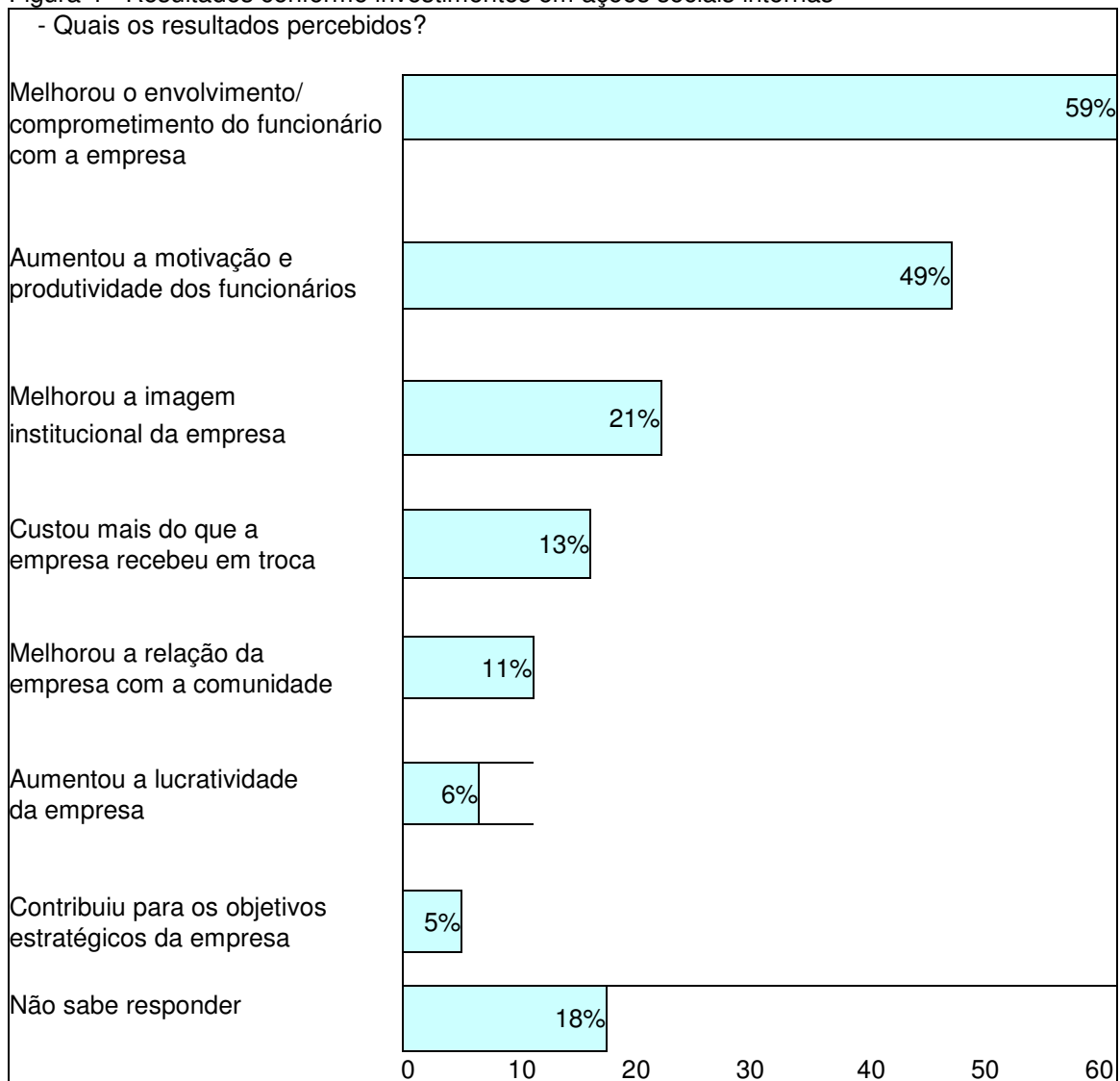


Fonte: Melo Neto & Fróes (2001, P. 91)

O investimento em ações para os funcionários, geralmente, realizadas pelo setor de RH é garantia de melhoria do ambiente interno e aumento do lucro da empresa. Melo Neto & Fróes (2001) afirma que “investir nos funcionários é lucro certo”. O comportamento de seus empregados e dependentes, gerado da relação com o público interno e externo, tem impacto significativo na organização. Eles são porta-vozes da empresa na sociedade e divulgando as ações acabam por promover seu *marketing*. Há, também, um aumento substancial na produtividade e diminuição da rotação de funcionários, melhoria da qualidade de vida e do clima organizacional, incentivo a criatividade e inovação, aumento da auto-estima, retenção dos talentos, dentre outros. A inserção do seu quadro de pessoal num modelo de gestão participativa acaba por construir seu principal ativo de natureza humana, intelectual e social.

Para a promoção da RS, o balanço social exige que as empresas promovam a gestão de benefícios e remuneração, pagamento de dividendos, dentre outros. Entretanto, as ações de RS não se limitam somente a estas, mas a assistência em áreas como a gestão do trabalho, do ambiente de trabalho, dentre outros, como exposto na figura 5 de Melo Neto & Fróes (2001).

Figura 4 - Resultados conforme investimentos em ações sociais internas



Fonte: Melo Neto & Fróes (2001, p. 92)

Figura 5 - Área de atuação do exercício da responsabilidade social interna



Fonte: Melo Neto & Fróes (2001, p. 112)

De acordo com a figura acima se observa que a RSCI pode ser empregada em diferentes áreas que promovem melhoria e qualidade no trabalho. Na gestão do trabalho, as ações servem para verificar se a jornada de trabalho e as tarefas distribuídas estão de acordo para cada funcionário. As ações que promovem a melhoria do ambiente de trabalho são desenvolvidas na gestão do ambiente de trabalho. A procura por equilibrar o trabalho e a vida pessoal está na gestão do trabalho e espaço total de vida. Na gestão de relevância social da vida no trabalho está a visão que o empregado possui das ações de RSC empregadas pela organização. A gestão do crescimento e desenvolvimento pessoal dos empregados emprega ações que inclui crescimento pessoal dentro da organização, perspectivas de carreira, dentre outros. Na gestão dos direitos dos empregados é avaliado se a organização está cumprindo com os direitos trabalhistas de todos os seus empregados. Por fim, a gestão de benefícios e remuneração analisa se os benefícios concedidos pela empresa estão sendo bem aproveitados pelos empregados.

2.5. MODELO DE RSCI APLICADO PELA ORGANIZAÇÃO

A Cooperativa SICOOB Judiciário oferece vários benefícios para seu público interno. Esses promovem uma melhora no clima organizacional, aperfeiçoamento profissional, dentre outros. Tais benefícios foram relacionados na entrevista pelo gerente geral concedida no dia 22 de setembro de 2009, são eles:

- ✓ Bolsa de estudo;
- ✓ Plano de saúde e odontológico;
- ✓ Uniforme sem custo para seus colaboradores;
- ✓ Cursos e treinamento de capacitação;
- ✓ Espaço disponível para a sala de descanso;
- ✓ Café da manhã corporativo;
- ✓ Festas e eventos institucionais (aniversário da cooperativa, festa junina, festa de final de ano);
- ✓ Cooperjogos, Cooperacriança e Cooperjovem (competições realizadas entre as cooperativas da região);

- ✓ Ambientação sobre assuntos diversos como lançamentos de novos produtos ou serviços.

3. MÉTODO

Para verificar se os seus colaboradores estão satisfeitos com as práticas de RSCI adotadas pela empresa, qual a visão da direção e quais as vantagens para a organização, será utilizada a pesquisa exploratória que de acordo com Gil (2002), é quando não existe nenhum estudo realizado na organização que servem para aumentar os conhecimentos sobre o assunto proposto.

Quanto aos objetivos utilizou-se o método qualitativo, que para Silva e Menezes (2000) é quando existe foco na análise de documentos, textos e abordagens que não utilizam números e as respostas são de caráter subjetivo. Utilizou a entrevista semi-estruturada com um roteiro a ser seguido deixando aberto ao aparecimento de novas perguntas.

E, também, o método quantitativo, que para Gil (2002) compreende um conjunto de questões para serem respondidas pelo próprio pesquisado. Os questionários foram entregues aos funcionários da sede da organização a fim de verificar a percepção destes em relação às práticas de RSCI adotadas pela organização.

A pesquisa bibliográfica, que para Gil (2002) é desenvolvida a partir de material já elaborado serviu para obter os dados que permitirão descrever os conceitos de responsabilidade social (RS), responsabilidade social corporativa interna (RSCI) e as vantagens para as organizações que adotam tais práticas.

3.1. INSTRUMENTOS

Para conseguir informações a cerca da percepção do gerente da Cooperativa em relação às ações de RSCI, as vantagens que a organização possui e obter informação para confrontar com a teoria abordada, foi realizado uma entrevista para que este expressasse sua percepção a cerca do assunto. Para tanto, foi desenvolvido um roteiro de perguntas que auxiliou o entrevistando a desenvolver com naturalidade a entrevista e foi suficiente para obter as informações de quais são os benefícios que a organização oferece a seus colaboradores e as vantagens que esta ganha adotando tais práticas.

Para averiguar a percepção dos colaboradores diante dos benefícios oferecidos pela organização, foi realizado um questionário. Durante a entrevista foi obtida a autorização do gerente para a aplicação deste, via intranet, com todos os colaboradores da sede. Os questionários são compostos por nove itens para serem avaliados como excelente, bom, ruim, péssimo ou não aplica.

Os questionários respondidos foram devolvidos via intranet ao pesquisador e as respostas foram transcritas para uma tabela em excel para realizar a tabulação e interpretação dos resultados com a intenção de verificar a percepção dos colaboradores em relação a cada um dos benefícios.

4. RSCI: UMA PERCEPÇÃO DO GESTOR E DOS COLABORADORES DA EMPRESA

O presente capítulo trará o método de pesquisa utilizado com a finalidade de responder ao problema proposto, bem como, de um breve histórico da instituição em estudo.

4.1. CONTEXTUALIZAÇÃO DA EMPRESA

As “Cooperativas de Créditos” possuem como objetivo principal à promoção de programas de assistência financeira e da prestação de vários serviços a seus cooperados. Foi fundado por Friedrich Wilhelm Raiffeisen, em 1848, na Alemanha. E no Brasil foi fundada pelo padre Teodório Amstadt, no Rio Grande do Sul. A primeira sociedade de crédito denominada “Cooperativa” foi criada em 1889, em Ouro Preto-MG e a primeira Cooperativa de Crédito surgiu em 1902, em funcionamento até hoje, em Petrópolis-SP, dados do SICOOB Judiciário (2009).

Hoje, temos no Brasil, 1.397 cooperativas de crédito em funcionamento. Em Brasília-DF, todas as 19 cooperativas de crédito são vinculadas ao SICOOB Central DF - Sistema de Cooperativas do Brasil no Distrito Federal, central que incentiva, orienta e coordena todas as cooperativas vinculadas, dados do SICOOB (2009).

De acordo com o SICOOB Judiciário (2009), em 1991, cerca de vinte servidores do STJ - Supremo Tribunal da Justiça - acreditaram no cooperativismo e criaram a CREDISUTRI - Cooperativa de Crédito Mútuo dos Servidores do STJ. Com uma proposta de melhorar a vida sócio-econômica das pessoas, se consolidou no mercado cooperativista. No ano de 2009, todas as cooperativas vinculadas ao SICOOB Central DF mudaram seu nome e hoje a organização CREDISUTRI passou a se chamar SICOOB Judiciário. Ela tem como jurisprudência todos os órgãos do Poder Judiciário e Ministério Público da União atuando nas regiões do Distrito Federal, Pernambuco, Paraíba, Rio Grande do Norte, Maranhão e Tocantins, com sede no Superior Tribunal da Justiça.

Atualmente, o SICOOB Judiciário é agente de muito orgulho para aqueles que acompanham ou acompanhou de perto sua trajetória. De acordo com a (2009), em 2009, o número de colaboradores cresceu significativamente e seu capital social

atingiu a meta de R\$ 7,6 milhões. Para suportar essa demanda, hoje, a organização possui 25 colaboradores/funcionários trabalhando ativamente na sede para atender a todos os seus 1.700 colaboradores.

(SICOOB JUDICIÁRIO, 2009) “o crescimento do SICOOB Judiciário proporcionou ainda, a possibilidade de atuação da cooperativa em uma outra área de grande relevância: a da responsabilidade social”. Este trabalho de pesquisa tem como objetivo descobrir, através da entrevista com o gerente e da aplicação do questionário com seus colaboradores, a percepção de ambos em relação às práticas de RSCI oferecida pela organização.

Este trabalho de pesquisa foi direcionado à análise das ações de RSCI adotadas pela organização em estudo.

4.2. ENTREVISTA

Neste tópico será apresentada a entrevista aplicada com o responsável pela empresa em estudo.

Ao contatar o gerente geral para realizar a entrevista, foi necessário esclarecimento sobre o tema responsabilidade social corporativa interna (RSCI) e da necessidade de saber se a empresa adota RSCI, quais são os benefícios disponibilizados e as vantagens para a organização. Ele achou o tema bastante interessante, prontificou-se em ajudar e mostrou-se interessado em saber dos resultados finais.

Esta entrevista foi realizada na sede da Cooperativa no dia 22 de setembro de 2009, na mesa do próprio gerente e teve duração de dez minutos. Com um roteiro a ser seguido, o entrevistando fez a seguinte pergunta: A empresa tem ações de responsabilidade para seus funcionários? O gerente expôs que a Cooperativa adota algumas práticas de RSCI convencionado de benefícios para facilitar o diálogo. Ele achou melhor escrever em um papel quais eram os benefícios praticados e pediu pra verificar posteriormente com a secretária se ele esqueceu de listar algum deles. Os benefícios listados por ele foram: Bolsa de estudo; Plano de saúde e odontológico; Cursos e treinamento de capacitação; Café da manhã corporativo; Festas e eventos institucionais (aniversário da cooperativa, festa junina, festa de final de ano); Cooperjogos, Cooperacriança e Cooperjovem; Espaço disponível para

a sala de descanso; Uniforme sem custo para seus colaboradores O item ambientação sobre assuntos diversos como lançamentos de novos produtos ou serviços foi listado pela secretária, pois o gerente não havia lembrado. Quando ele listou o benefício bolsa de estudo fez um parêntese afirmando que praticamente todos os funcionários utilizam ou utilizaram este benefício. Após listá-los o gerente confirmou que deseja saber dos resultados após a tabulação.

Questionado sobre as vantagens que a empresa obtém diante desses benefícios, ele esclareceu que a retenção dos colaboradores, alcançando um nível muito baixo de rotação é, em boa parte, reflexo desses benefícios. Ter colaboradores mais satisfeitos, promover o seu aperfeiçoamento profissional, ter um ambiente de trabalho tranquilo, também, são algumas vantagens que a empresa obtém.

Sobre a preocupação da empresa em relação aos seus funcionários, o gerente expôs que a maior preocupação da organização é promover um melhor ambiente de trabalho para seus funcionários onde eles possam executar suas atividades com satisfação e incentivar a criatividade. E que, apesar de ter custos algumas vezes altos, vale a pena investir em seus colaboradores.

Durante a entrevista, o gerente geral autorizou a entrega dos questionários para todos os colaboradores da sede afirmando que não haveria problema algum sua divulgação. A Cooperativa possui 25 funcionários na sede, dos quais 24 foram selecionados para responderem ao questionário, o único que não respondeu foi o presidente.

4.3. QUESTIONÁRIOS

Os questionários foram distribuídos, via intranet (e-mail corporativo), no dia 29 de setembro de 2009 às 8h40 a todos os 24 participantes com a observação de serem devolvidos pela intranet até às 17h30, horário de fechamento da organização. Por volta das 17h, todos os questionários haviam sido respondidos e devolvidos.

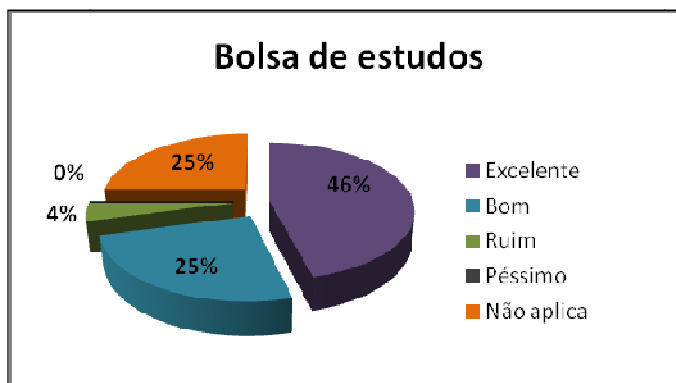
Este questionário é composto por nove perguntas fechadas com cinco alternativas cada, como excelente, bom, ruim, péssimo ou não aplica, com a finalidade de saber qual a percepção do colaborador em relação a cada um dos benefícios relacionados pelo gerente da instituição.

Ação 1 – Bolsa de estudo

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
11	6	1	0	6
46%	25%	4%	0%	25%

Tabela 1 – Bolsa de estudos

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 1 – Bolsa de estudos

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

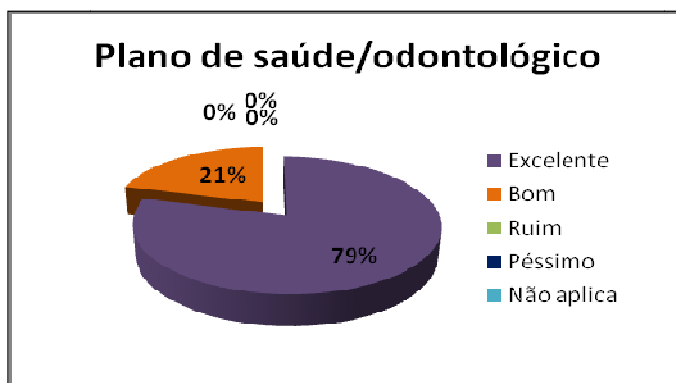
Quanto ao benefício da bolsa de estudo, verificou que 46% acham excelente, 25% acham bom, ou seja, os colaboradores estão satisfeitos com essa ação, os demais, 25% afirmaram não utilizar e o restante dos 4% afirmaram achar ruim.

Ação 2 - Plano de saúde / odontológico

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
19	5	0	0	0
79%	21%	0%	0%	0%

Tabela 2 – Plano de saúde / odontológico.

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 2 – Plano de saúde/odontológico

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

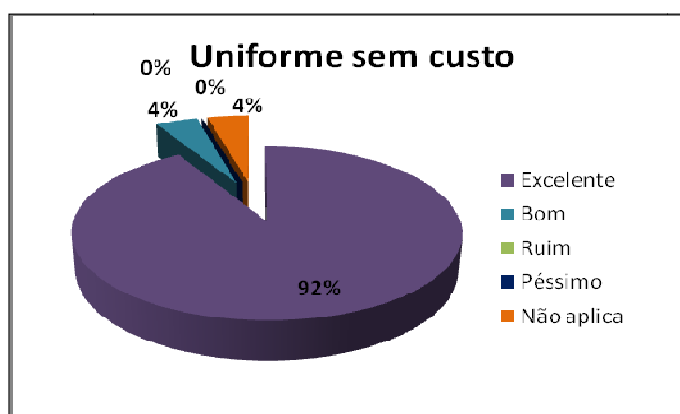
Quanto ao plano de saúde e odontológico, 79% dos colaboradores afirmaram achar excelente este benefício, constatando que este benefício promove uma melhoria na saúde dos colaboradores melhorando seu rendimento no trabalho, e 21% afirmaram achar bom.

Ação 3 - Uniforme sem custo para seus funcionários

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
22	1	0	0	1
92%	4%	0%	0%	4%

Tabela 3 – Uniforme sem custo para os funcionários

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 3 – Uniforme sem custo para os funcionários

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

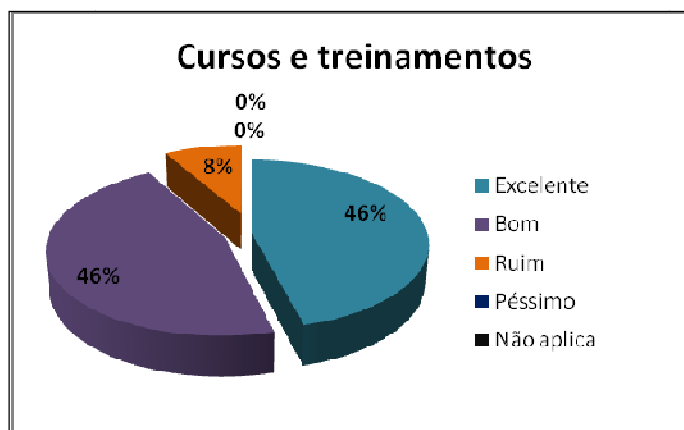
De acordo com o benefício do uniforme sem custo para os colaboradores, 92% acham excelente, 4% acham bom e o restante dos 4% não usa benefício, pois alguns colaboradores como os da direção não necessitam usar o uniforme.

Ação 4 - Cursos e treinamento de capacitação

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
11	11	2	0	0
46%	46%	8%	0%	0%

Tabela 4 – Cursos e treinamentos de capacitação

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 4 – Cursos e treinamentos de capacitação
 Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

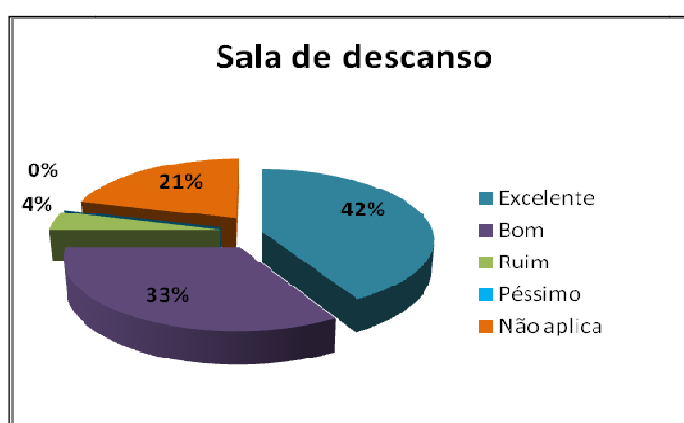
Em relação aos cursos e treinamentos disponibilizados pela instituição, 46% acham excelente, 46% acham bom e os demais 8% acham ruim. Os cursos promovem a qualificação do colaborador melhorando seu desempenho nas atividades corriqueiras do dia-a-dia.

Ação 5 - Espaço disponível para a sala de descanso

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
10	8	1	0	5
42%	33%	4%	0%	2%

Tabela 5 – Espaço disponível para a sala de descanso

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 5 – Espaço disponível para a sala de descanso
 Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

Em relação a sala de descanso disponibilizada para seus colaboradores, 42% acham excelente esse espaço, 33% acham bom, constatando ser bastante válido

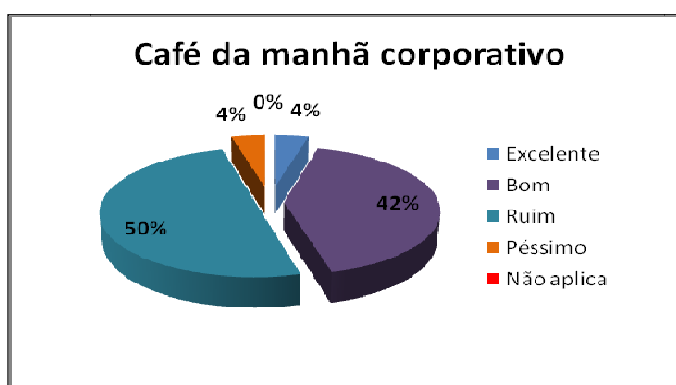
por promover um momento de descanso para o colaborador. Os demais, 21% afirmaram não utilizar e os 4% acham ruim.

Ação 6 - Café da manhã corporativo

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
1	10	12	1	0
4%	42%	50%	4%	0,0%

Tabela 6 – Café da manhã corporativo

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 6 – Café da manhã corporativo

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

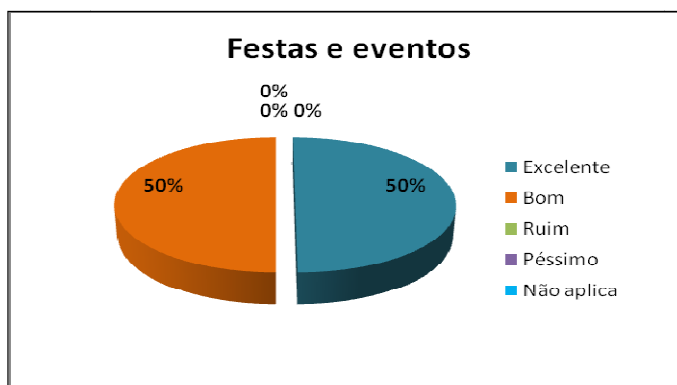
50% dos colaboradores afirmaram achar ruim, 42% acham bom e em igual proporção de 4% acha péssimo e os outros não participam. Pode-se analisar que essa ação não é avaliada como positiva e deve ser melhorada pela organização.

Ação 7 - Festas e eventos institucionais

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
12	12	0	0	0
50%	50%	0%	0%	0%

Tabela 7 – Festas e eventos institucionais

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 7 – Festas e eventos institucionais
 Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

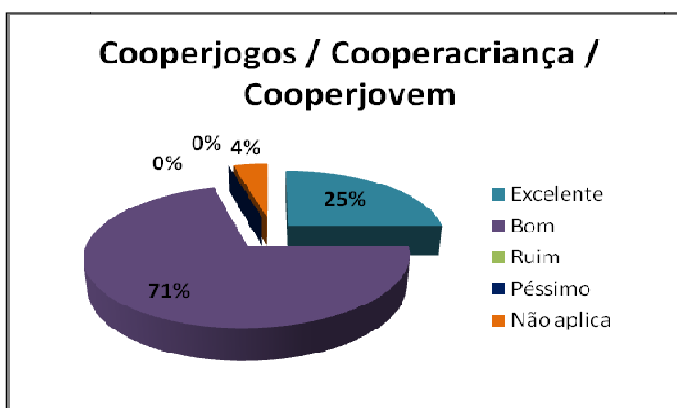
Em relação às festas e eventos institucionais, em igual proporção de 50% acha excelente os outros acham bom essa ação.

Ação 8 – Cooperjogos / Cooperacriança / Cooperjovem

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
6	17	0	0	1
25%	71%	0%	0%	4%

Tabela 8 – Cooperjogos / Cooperacriança / Cooperjovem

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 8 – Cooperjogos / Cooperacriança / Cooperjovem
 Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

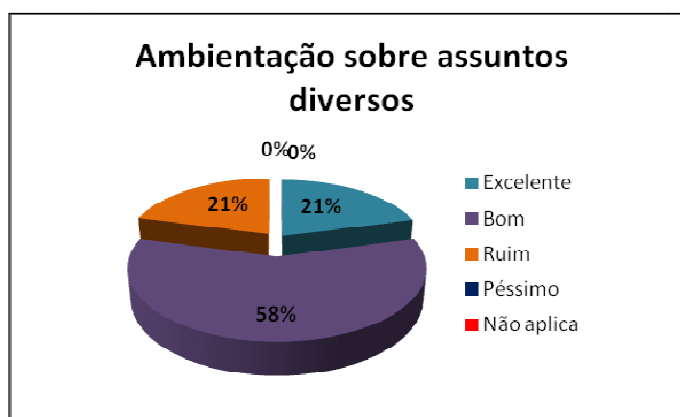
Quanto às ações de entretenimento como as competições do cooperjogos, cooperacriança e cooperjovem, 71% acham bom, 25% acham excelente e 4% não participam. Essa ação promove a união da equipe de trabalho, pois promove um momento de descontração e diversão.

Ação 9 – Ambientação sobre assuntos diversos

Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não aplica
5	14	5	0	0
21%	58%	21%	0%	0%

Tabela 9 – Ambientação sobre assuntos diversos

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.



Quadro 9 – Ambientação sobre assuntos diversos

Fonte: Tabulação dos questionários aplicados pela aluna Liliane Rodrigues, 2º semestre de 2009.

Por fim, quanto a ambientação sobre assuntos diversos, 58% acham bom, 21% acham excelente e os demais 21% acham ruim, observando que a comunicação dentro da organização deve ser melhorada.

O próximo passo desse trabalho de pesquisa será a produção da análise e discussão dos dados, onde será possível averiguar as respostas encontradas, tanto da entrevista, quanto do questionário confrontando com a teoria apresentada anteriormente.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO

Será apresentada nesse tópico a análise e discussão dos benefícios listados pelo gerente, a visão que os colaboradores possuem em relação a cada uma das ações oferecidas fazendo uma relação direta com a teoria apresentada no referencial teórico.

Na entrevista, verificou-se que o gestor está satisfeito com as ações que a empresa disponibiliza para seus colaboradores. Este afirma que estes benefícios fazem com que a rotatividade de funcionários da empresa diminua consideravelmente e deixa o ambiente mais tranquilo promovendo melhoria no clima organizacional. Melo Neto & Fróes (2001) afirmam que as ações destinadas a seus funcionários e dependentes acabam por promover a satisfação e retenção dos mesmos e aumento da produtividade. Ashley et al (2002) afirma que as práticas de RSCI são a favor da valorização dos seus colaboradores procurando retê-los. Ele, também, afirma que, mesmo tendo custos altos, vale a pena investir em seus colaboradores.

As ações de RSCI desenvolvidas para todos os funcionários da organização trazem vários benefícios tais como: melhoria do clima organizacional, aumento da satisfação e do comprometimento com o trabalho realizado, promove a criatividade, dentre outros. De acordo com o gerente, estas ações estão interligadas aos objetivos da Cooperativa não sendo desenvolvida sem propósito gerando um custo desnecessário além do que eles já possuem.

Quanto aos colaboradores, verificou-se que, em geral, eles estão satisfeitos com as ações de RSCI desenvolvidas pela empresa. Melo Neto & Fróes (2001), afirma que há um aumento substancial na produtividade e diminuição da rotação de funcionários, melhoria da qualidade de vida e do clima organizacional, retenção dos talentos, dentre outros, para as empresas que adotam a RSCI.

Na primeira questão 46% dos colaboradores afirmaram achar excelente o benefícios da bolsa de estudos, deixando clara a satisfação de quase 50% do total. Como nem todos os funcionários utilizam, 25% colocaram não se aplica. O gerente afirmou que esta é uma das ações mais importantes da empresa, e que,

praticamente todos os funcionários utilizam ou utilizaram essa bolsa sendo uma das melhores ações da organização.

A questão dois, que trata do plano de saúde e odontológico, 80% do total acham este benefício excelente demonstrando bastante satisfação. Verifica-se que, a assistência médica e odontológica acaba por melhorar a saúde dos colaboradores aumentando assim, seu rendimento no trabalho.

A terceira questão que trata do uniforme sem custo para seus colaboradores, 92% acha excelente, pois não tem ônus nenhum ao funcionário e padroniza a vestimenta, e 4,2% colocaram não se aplicam, pois existem alguns funcionários que não são obrigados a usar uniforme, como os funcionários da diretoria.

A quarta questão trata dos cursos e treinamentos disponibilizados, 46% acham excelente e 46% acham bom, verificando que esta ação é de grande valia para a empresa, pois qualifica seus funcionários e os mesmo se sentem satisfeitos com esta ação.

Na quinta questão, verificou-se que 42% acham excelente o espaço disponibilizado para a sala de descanso e constatou-se que as pessoas que a utilizam são as mesmas que almoçam no local. As demais que almoçam em restaurantes não utilizam deste espaço. Pesquisas revelam que 15 minutos de descanso por dia após o almoço aumenta a concentração, relaxa o corpo e este local promove também, a interação de todos os colaboradores.

Na sexta questão, quanto ao café da manhã corporativo, verificou-se que 50% acham ruim e que esta ação deve ser melhorada. O gerente escreveu que está é uma ação que a empresa disponibiliza para seus colaboradores, entretanto, os mesmos não a avaliam como positiva.

A sétima questão, que trata das festas e eventos institucionais, 50% acham excelente e 50% acham bom, constando que esta ação é válida e que os colaboradores estão satisfeitos.

Na oitava questão referente aos jogos corporativos, muitos entre várias cooperativas, 50% acham excelente e são as pessoas que participam ativamente destes eventos e 50% acham bons afirmando participar esporadicamente. Esta ação promove a interação dos colaboradores da instituição e de todas as outras cooperativas da região.

Por fim, a nona questão, que trata da ambientação sobre assuntos diversos, 59% afirmou achar bom, concluindo que nem todos os colaboradores estão satisfeitos com esta ação, 21% acham ruim observando que esta ação deve ser melhorada procurando melhorar a comunicação dentro da empresa.

Diante dos resultados da entrevista com o gestor e das respostas dos questionários, pôde-se perceber que o gerente acha excelentes todas as ações disponibilizadas pela empresa, as quais foram listadas e depois confirmadas pela secretária. Em geral, os colaboradores também estão satisfeitos, principalmente com as ações de desenvolvimento acadêmico, ressaltando que existem algumas ações que podem e devem ser melhoradas, tais como, café da manhã corporativo e ambientação sobre assuntos diversos. Contata-se também, que através destas ações a empresa ganha vantagem competitiva frente à concorrência, pois seus funcionários estão mais satisfeitos e a rotatividade diminui consideravelmente, como afirma o gerente. Além disso, melhora o clima organizacional entre os colaboradores. Melo Nelo & Fróes (2001) esclarece que as ações de RS visam investir em um ambiente satisfatório que promova a qualidade de vida no trabalho para seus colaboradores.

O último passo desta pesquisa será a produção das considerações finais, onde será possível responder ao problema proposto analisando se os objetivos foram alcançados.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se responder, nesta pesquisa, o seguinte problema: Como os colaboradores e gestores avaliam as práticas de RSCI na sede da Cooperativa SICOOB Judiciário? Pode-se constatar que tanto o gerente como os colaboradores estão satisfeitos com as práticas de RSCI disponibilizadas pela organização, algumas ações foram avaliadas como ruins e que a organização deve trabalhar para melhorá-las.

O objetivo desta pesquisa também foi alcançado, pois, diante dos dados obtidos na entrevista e nos questionários conseguiu-se confrontar as ações listadas pelo responsável da cooperativa com a avaliação de cada prática pelos colaboradores a luz da teoria apresentada.

De acordo com as possíveis hipóteses listadas na introdução, por meio desta pesquisa confirma-se que os funcionários consideram as ações de RSCI positivas.

No referencial teórico desta pesquisa procurou conceituar os termos responsabilidade social (RS) com ênfase no aspecto interno, constando que existem diferentes conceitos a cerca do tema, entretanto, todos os autores remetem a um mesmo propósito, a valorização dos funcionários através de práticas de responsabilidade social interna (benefícios) que não fazem parte das obrigações trabalhistas exigidas por lei.

Por meio da entrevista com o gerente foi possível listar todos os benefícios disponibilizados pela organização que foram apresentados no modelo de RSCI da empresa estudada, também no referencial teórico.

O gerente listou vários benefícios disponibilizados pela empresa. Entretanto, nem todas essas ações foram avaliadas como positivas pelos colaboradores, constando que algumas delas, como a ambientação sobre assuntos diversos, devem ser melhoradas. Mas pode-se verificar que, em geral, as ações são bem avaliadas e trazem vários benefícios para a organização, tais como: melhoria do ambiente de trabalho, diminuição da rotatividade dos funcionários, dentre outros.

Algumas limitações foram presentes na elaboração desta pesquisa, como a escassez de material referente a responsabilidade social interna, pois é um tema que passa a ganhar destaque nesses últimos anos.

Diante desta pesquisa, os resultados alcançados foram importantes para aumentar os conhecimentos da pesquisadora que pretende interferir ativamente na organização a fim de melhorar as ações consideradas ruins.

As informações contidas em toda a estrutura desta pesquisa permitirão que os alunos e profissionais interessados no tema RSCI obtenham dados para futuras pesquisas em organizações que atuam em áreas diferentes ou que possuam muitos colaboradores. A organização responsável por esse estudo poderá também, utilizar essa pesquisa para melhorar as ações que foram avaliadas como ruins por seus colaboradores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ADCE – Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas de São Paulo. Disponível em: <<http://www.adcesp.org.br/index.htm>>. Acesso em: 11 out. 2009. 11:00.

ARAÚJO, Marley Rosana Melo de. *Exclusão social e responsabilidade social empresarial*. Maringá, vol. 11, n. 2, mai/ago. 2006. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-73722006000200021&lang=pt>. Acesso em: 12 out. 2009. 16:00.

ASHLEY, Patricia A. Et. al. *Ética e Responsabilidade Social nos Negócios*. São Paulo: Saraiva, 2002.

Balanco Social. Disponível em: <<http://www.balancosocial.org.br/cgi/cgilua.exe/sys/start.htm>>. Acesso em: 11 out. 2009 às 10h47.

DUARTE, Gleuso Damasceno; DIAS, José Maria Martins. *Responsabilidade Social: a empresa hoje*. São Paulo: LTC – Livros técnicos e científicos: Fundação Assistencial Brahma, 1986.

FIDES - Fundação Instituto de Desenvolvimento Empresarial e Social. Disponível em: <<http://www.fides.org.br/>>. Acesso em: 11 out. 2009. 11:38.

GIFE - Grupo de Institutos, Fundações e Empresas. Disponível em: <<http://www.gife.org.br/>>. Acesso em: 11 out. 2009. 11:20.

GIL, Antônio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

MELO NETO, Francisco Paulo de; FRÓES César. *Gestão da responsabilidade Social Corporativa: o caso brasileiro*. Rio de Janeiro: Ed. Qualitymark, 2001.

PRÊMIO ECO – Valor Econômico e Amcham. Disponível em: <<http://www.premioeco.com.br/historico>>. Acesso em: 11 out. 2009. 11:12.

REIS, Carlos Nelson dos. *A responsabilidade social das empresas: o contexto brasileiro em face da ação consciente ou do modernismo do mercado?* Rio de Janeiro, vol. 11, n. 2, mai/ago. 2007. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-98482007000200004&lang=pt>. Acesso em: 11 out. 2009. 15:00.

SA 8000 – *Responsabilidade Social 8000*. Disponível em: <www.portalsocial.ufsc.br/legislacao/NormaSA8000.doc>. Acesso em: 11 out. 2009. 11:52.

SICOOB Central DF. Disponível em: <<http://www.sicoobdf.coop.br>>. Acesso em: 12 out. 2009. 15:30

SICOOB JUDICIÁRIO. Disponível em:
http://www.credisutri.com.br/c/portal/layout?p_l_id=PUB.1558.1>. Acesso em: 12 out.
2009. 15:40.

SILVA, E. L; MENEZES, E.M. *Metodologia da Pesquisa e Elaboração de dissertação*. Florianópolis: UFSC/PPGEP/LED, 2000.

THIRY-CHERQUES, Hermano Roberto. *Responsabilidade moral e identidade empresarial*. Curitiba, vol. 7, 2003. Disponível em:
<http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552003000500003&lang=pt>. Acesso em: 11 out. 2009. 14:50.

APÊNDICE A – QUESTIONÁRIO

QUESTIONÁRIO DE PARTICIPAÇÃO DA PESSOA COMO SUJEITO

Nas questões abaixo, assinale com um X a resposta que melhor traduz o desempenho de sua empresa. Escolha apenas uma resposta para cada item.

NÃO É NECESSÁRIA SUA IDENTIFICAÇÃO

Em relação aos benefícios que o SICOOB Judiciário oferece, avalie os itens abaixo como excelente, bom, ruim ou péssimo.

Benefício	Excelente	Bom	Ruim	Péssimo	Não se aplica
Bolsa de estudo					
Plano de saúde / odontológico					
Uniforme sem custo para seus colaboradores					
Cursos e treinamentos de capacitação					
Espaço disponível para a sala de descanso					
Café da manhã corporativo					
Festas e eventos institucionais (aniversário da cooperativa, festa junina, festa de final de ano)					
Cooperjogos / Cooperacriança / Cooperjovem					
Ambientação sobre assuntos diversos como lançamentos de novos produtos ou serviços					

Por gentileza, verifique se todos os itens foram respondidos. Obrigada pela sua valiosa colaboração!

APÊNDICE B – ENTREVISTA

- 1) A empresa adota práticas de RSCI com seus colaboradores? Quais seriam?
- 2) Quais são as vantagens que a organização tem adotando tais práticas?
- 3) Qual a maior preocupação da empresa em relação aos seus colaboradores?